

PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN E-LEARNING SMART APPS CREATOR (SAC) BAGI KARYAWAN PENJUAL PADA TV BERBAYAR

P-ISSN: 2089-4341 | E-ISSN: 2655-9633

<https://uia.e-journal.id/akademika/article/view/819>

DOI: 10.34005/akademika.v9i02.819

Submitted: 2020-5-1 Reviewed: 2020-11-26 Published: 2020-11-30

Khasanah khasanahrazali@yahoo.com Universitas Islam As-Syafi'iyah Jakarta-Indonesia	Maulana Muhlas Maulanamuhlas88@gmail.com PT.Transvision Jakarta-Indonesia	Lisna Marwani lisnamarwani@yahoo.com Universitas Islam As-Syafi'iyah Jakarta-Indonesia
--	--	---

Abstract: *This study aims to develop E-Learning learning media and test the validity of Android-based Smart Apss Creator (SAC) products for transvision sales employees in Jakarta. Using the Research and development method. The development step refers to the Borg & Gall development model. There are 10 steps in the development of Borg & Gall, but this research is limited to 9 steps, namely research and collection of initial information, planning the initial product format development of the initial trial, product revision, small scale field trial, product revision, scale field trial the size and revision of the final product. The Subject in this study were 10 employees of PT. Transvision Jakarta sellers. The research sample goes through 3 stages, namely the User-Test (one-to-one), the Small Group Test and the Field Test. This SAC software contains information about the history of the company, the company's vision and mission and the products of the Transvision Company. Product development after validation by 3 media experts and by 3 material experts get a score of > 83 which indicates that this application is feasible to be implemented. Try out the use in 3 stages, one-to-one evaluation with 84% results, Small Group evaluation 83% then 83% field evaluation which shows that the application of the development is feasible to use.*

Keywords: E-Learning Learning Media, Smart Apss Creator (SAC), Research & Development

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media pembelajaran E-Learning dan menguji validitas produk Smart Apss Creator (SAC) berbasis android untuk karyawan penjual transvision di Jakarta. Menggunakan metode Penelitian Research and development (Penelitian dan Pengembangan) . Langkah pengembangan mengacu pada model pengembangan Borg & Gall. Ada 10 langkah dalam pengembangan Borg & Gall, namun pada penelitian kali ini di batasi sampai dengan 9 langkah yaitu penelitian dan pengumpulan informasi awal, perencanaan pengembangan format produk awal uji coba awal, revisi produk, ujicoba lapangan skala kecil, revisi produk, ujicoba lapangan skala besar dan revisi produk akhir. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan penjual PT. Transvision Jakarta*

yang berjumlah 10 karyawan. Sampel penelitian melalui 3 tahap yaitu Ujicoba Pengguna (*one-to-one*), Ujicoba Kelompok kecil (*small group*) dan Ujicoba Lapangan (*field Test*). Software SAC ini berisi Informasi tentang Sejarah perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan dan produk dari Perusahaan Transvision. Produk hasil pengembangan setelah divalidasi oleh 3 orang ahli media dan oleh 3 ahli materi mendapatkan score nilai >83 yang menunjukkan aplikasi ini layak diimplementasikan. Ujicoba penggunaan dilakukan dalam 3 tahap yaitu *one-to-one evaluation* dengan hasil 84%, *Small Group evaluation* 83% kemudian *field evaluation* 83% yang menunjukkan bahwa aplikasi hasil pengembangan ini layak digunakan.

Kata Kunci: Media Pembelajaran E-Learning, Smart Apss Creator (SAC), Research & Development

PENDAHULUAN

Dalam era digital pengembangan media pembelajaran menjadi persaingan antara perusahaan semakin tajam dalam memperebutkan konsumen di dunia bisnis. Hal ini berkaitan dengan Kinerja karyawan penjual yang menjadi tombak untuk memperoleh keuntungan perusahaan. Dari kenyataan yang ada promosi penjualan yang saat ini gunakan PT.Transvision kurang maksimal. Berdasarkan data yang di peroleh mengalami penurunan penjualan, Hal ini dapat dilihat dari data penjualan TV berbayar PT.Transvision pada tahun ini 2016 sampai dengan tahun 2019 antara lain:

Tabel 1. Data Penjualan TV Berbayar PT.Transvision

No	Tahun	Jumlah Penjualan
1	2018-2019	4345 Pelanggan
2	2017-2018	5051 Pelanggan
3	2016-2017	3684 Pelanggan

Dari Tabel 1, dapat dikemukakan bahwa pada tahun 2016 – 2017 penjualan yang di dapatkan adalah sebanyak 3684 pelanggan. kemudian mengalami peningkatan di tahun 2017-2018 menjadi sebanyak 5051 pelanggan. Pada tahun 2018-2019 terjadi penurunan penjualan menjadi 4345 pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2016-2019 penjualan TV berbayar PT.Transvision mengalami peningkatan dan penurunan

Hal ini disebabkan promosi penjualan belum terjangkau secara luas dengan menggunakan media pembelajaran akibatnya berdampak kepada produk Televisi berbayar pada keterbatasan penjualan produk di dukung dengan dana yang optimal oleh perusahaan. Sementara peluang TV berbayar ini besar seperti hasil penelitian yang menyatakan Hasil penelitian oleh Baco dkk menyatakan bahwa besar peluang peralihan TV berbayar dimasa mendatang yaitu TV berbayar Indovision yang banyak diminati

pelanggan peluang peralihannya lebih besar daripada TV berbayar lainnya yaitu 1,76%, sedangkan TV berbayar Transvision 0,92 dan BigTV 0,30%, sedangkan OrangeTV peluang peralihannya 0% dan prediksi pangsa pasar TV berbayar berdasarkan alasan peralihan pelanggann periode mendatang dimana pangsa pasar TV berbayar Indovision dengan persentase sebesar 33,32%, kemudian Transvision sebesar 28,25%, BigTV sebesar 21,94% dan terakhir OrangeTV sebesar 16,37% (Baco, Sauddin, & Bakri, 2019, p.1)

Televisi berbayar adalah sebuah media komunikasi massa dengan pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara, gambar secara umum baik terbuka maupun tertutup berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Joni, Hamid, Endah, & Utari, 2002, p. 11)

Kemudian Berkaitan dengan ini Karyawan Penjual Televisi Berbayar adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga kantor, perusahaan ataupun sebagainya dengan mendapat gaji dan upah (Dewi, 2012, p. 4)

Media bentuk Jamak dari perantara, merupakan sarana komunikasi. Berasal dari bahasa latin medium ("antara") Tujuan dari media adalah untuk memudahkan komunikasi dalam belajar (Smaldino, 2011, p. 121). Kemudian Media Pembelajaran Menurut Rohani adalah suatu cara kerja yang sistematis dan umum dan berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Setiawan, n.d., p. 89)

Berkaitan dengan ini Menurut Popovici dan mironov (2015) *e-learning* merupakan aplikasi internet yang dapat menghubungkan antara siswa dan guru diruang belajar online untuk mengatasi keterbatasan waktu, ruang, kondisi dan keadaan (Hoerunnisa, Suryani, & Efendi, 2019, p. 125). Bahkan media e-learning ini juga dapat meningkatkan hasil belajar siswa, sebagaimana dinyatakan oleh Musa dan Khasanah dalam hasil penelitiannya bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh interaksi penggunaan media pembelajaran dengan minat belajar terhadap hasil belajar prakarya dan kewirausahaan kelas X SMA almuslim Tambun Bekasi (Musa & Khasanah, 2019), dimana dalam penelitiannya juga menemukan bahwa pembelajaran dengan menggunakan media e-learning lebih tinggi hasil belajarnya daripada dengan menggunakan media cetak.

Pemilihan pembelajaran berbasis android dengan teknologi Smart Apps creator memungkinkan agar mudah dalam memasukan ataupun mendesain isi pembelajaran tanpa dengan proses pemrograman ataupun *HTML (HyperText Markup Language)* sehingga para pengguna di mudahkan dalam membuat bahan pengajaran bisa digunakan dalam mode offline maupun online yang bisa dikembangkan lagi sesuai dengan kebutuhan pengembang agar menghasilkan produk yang bisa digunakan dimapun dan kapanpun.

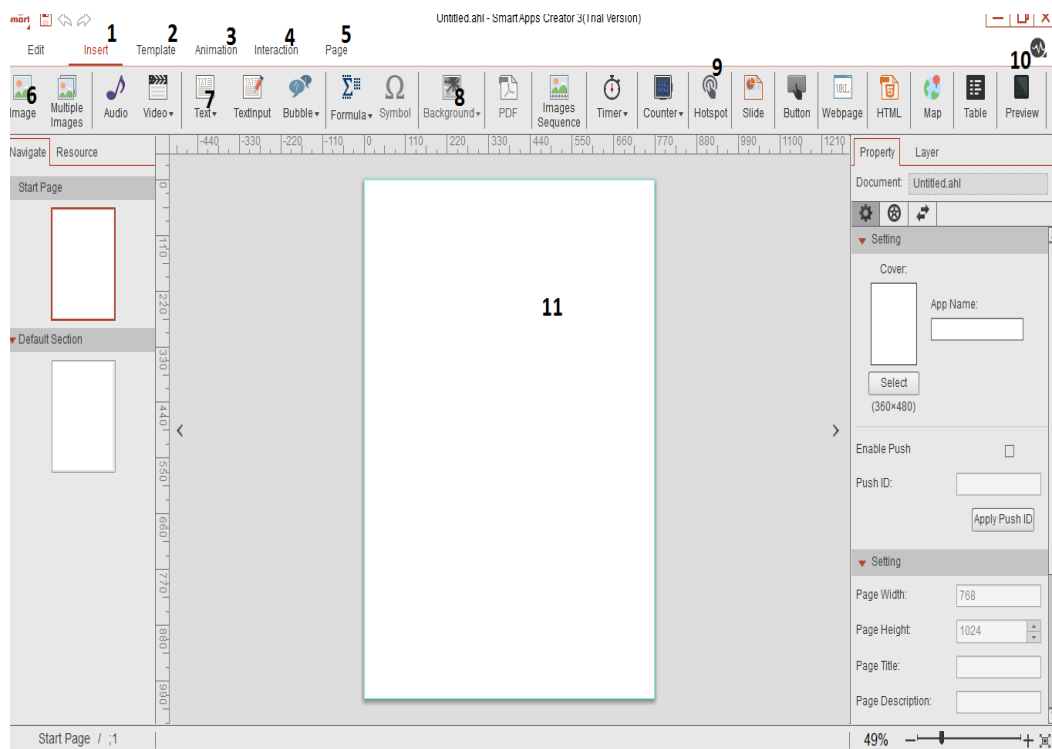
Smart Apps Creator juga bisa digabungkan dengan animasi sehingga menjadi isi konten lebih menarik, Menurut Ibiz Fernandes (2002) animasi adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan

dan seakan-akan gerakan tersebut hidup (Buchari, Sentinuwo, & Lantang, 2015, p. 2)

Menurut Wright (2005) animasi berasal dari kata 'Animare' yang berarti membuat hidup atau membuat nafas, sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar untuk mendapatkan ilusi pergerakan (Sumarli & Kurnianto, n.d., p. 163)

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengembangkan media yang mudah dan menarik untuk digunakan oleh karyawan PT Transvision sehingga dalam penjualan produk akan meningkatkan langganan TV ini, adapun Produk yang akan penulis kembangkan adalah media *e-learning* Smart Apss Creator (SAC) berbasis android untuk karyawan penjual transvision di Jakarta. Menggunakan metode Penelitian Research and development (Penelitian dan Pengembangan).

Sekedar memperkenalkan Perangkat SAC adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Menu dalam Aplikasi SAC

Dari gambar 1 diatas dapat dijelaskan bahwa :

Menu **Insert** adalah salah satu fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk memasukan foto / gambar, ganti background, memasukan tulisan, memasukan fitur hotspot (pergantian antar slide), dan ujicoba preview (slide).

Menu **Template** adalah salah satu fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk memasukan foto, ujicoba preview (slide) dan

menghubungkan antar slide.

Menu **Animation** adalah salah satu fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk mendesain slide agar lebih menarik bisa berupa naik turun, turun naik, samping kanan kiri maupun bisa menghilang kemudian muncul Kembali.

Menu **Interaction** adalah salah satu Fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk mendesain antar slide agar lebih memudahkan dalam membuka Aplikasi tersebut.

Menu **Page** adalah salah satu fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk Membuka file dengan sesuai kebutuhan contoh: page portrait atau landscape, kemudian di fitur ini juga bisa disesuaikan untuk dari mana slide akan dimulai.

Icon **Image** adalah salah satu fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk memasukan foto atau gambar ke dalam Page / halaman.

Icon **Text** adalah salah satu fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk memasukan Text kedalam page / halaman sesuai dengan kebutuhan.

Icon Background adalah salah fitur satu Smart Apps Creator yang berguna untuk memasukan background kedalam page atau halaman agar lebih menarik

Icon Hotspot adalah salah satu fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk mengolah slide agar lebih menarik dan lebih memudahkan dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Icon Preview adalah salah satu fitur Smart Apps Creator yang berguna untuk melihat semua menu yang telah di buat atau disajikan agar lebih di koreksi Kembali.

Icon page adalah salah satu Smart Apps Creator yang menunjukan halaman atau page yang akan di buat untuk kebutuhan tertentu

METODE

Metode penelitian yang di gunakan adalah Penelitian *Research and development* (Penelitian dan Pengembangan) yang bertujuan untuk mengembangkan media pembelajaran yang efektif dan untuk di gunakan untuk pembelajaran di organisasi tertentu. Metode penelitian yang di gunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut, model desain yang menggambarkan bekerjanya suatu sistem yang menghubungkan dan melalui tahapan-tahapan spesifik sebagai sistem pengkajian sistematis terhadap pendesainan, pengembangan kemudian evaluasi program.

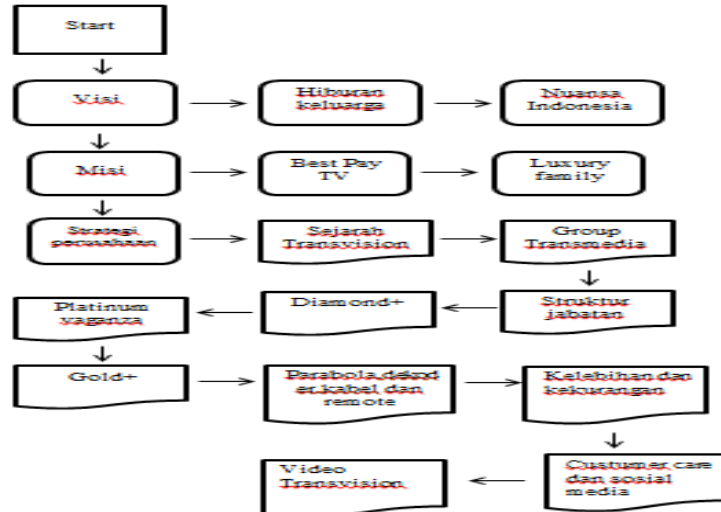
Sasaran pada penelitian ini adalah PT.Transvision Jakarta bagian Karyawan penjual yang dimaksud adalah layanan pemasaran produk dan tatacara menghadel pemasangan maupun registrasi pelanggan baru

Transvision yang berjumlah 10 orang dan 3 orang divisi berbeda.

Langkah pengembangan dalam penelitian ini akan mengacu pada model pengembangan Borg & Gall. Ada 10 langkah dalam pengembangan Borg & Gall, namun pada penelitian kali ini di batasi sampai dengan 9 langkah ke 9, yaitu penelitian dan pengumpulan informasi awal, perencanaan pengembangan format produk awal uji coba awal, revisi produk, ujicoba lapangan skala kecil, revisi produk, ujicoba lapangan skala besar dan revisi produk akhir.

HASIL

Pada tahap Pengembangan format Produk Awal, peneliti mendesain susunan *flowchart* dan *storyboard* agar dapat menghasilkan alur dan penjelasan tampilan yang sesuai dengan pembejaraan yang berkesinambungan diagram alur yang berfungsi sebagai panduan program dan materi agar sesuai dengan tujuan pembelajaran disebut *flowchart*. setelah tahap pembuatan ini selesai langkah selanjutnya adalah langkah pengembangan yang disebut dengan *storyboard*, dalam langkah ini peneliti membuat tampilan, animasi, video dan panduan untuk bagian dari materi yang ditampilkan. Adapun *flowchart* dan *storyboard*nya adalah seperti gambar berikut:



Gambar 2. Flowchart dan Storyboard

Flowchart dan *Storyboard* pada gambar 5 di atas dalam proses pembuatan media pembelajaran ini dibuat dengan menggunakan program aplikasi Smart apps Creator (SAC) versi 3.0.

Untuk hasil dari validasi Ahli media dan ahli materi menggunakan kriteria kelayakan Ari Kunto, berikut tabelnya:

Tabel 2. Skor Penilaian Validasi Ahli Media dan Materi

No	Nilai	Kriteria
5	5	Sangat Baik

4	4	Baik
3	3 – 3,9	Cukup Baik
2	2 – 2,9	Baik
1	1 – 1,9	Sangat Baik

Kemudian kategori validasi berdasarkan nilai akhir dipresentasikan dengan skala : 0% - 100 %, dengan rincian pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Kriteria Kelayakan Media Arikunto

Presentasi	Kriteria
81% - 100%	Sangat Layak
61% - 80%	Layak
41% - 60%	Cukup layak
21% - 40%	Kurang Layak
< 21%	Sangat Tidak Layak

Kemudian setelah di validasi oleh ahli media 3 orang dan ahli materi 3 orang setelah itu ujicoba one-to-one, setelah itu ujicoba kelompok kecil dilanjut dengan ujicoba kelompok besar dilanjut lagi dengan pretest dan post test, menunjukkan hasil yang signifikan, berikut untuk tabel nya :

Tabel 4. Tabel Spesifikasi Instrumen

No	Aspek	Nama	Jabatan/Keahlian	Nilai
1	Ahli Media	Ahli Media 1	Dosen MTP UIA Jakarta	80%
		Ahli Media 2	PTP Ahli media BPMPK Kemdikbud	83%
		Ahli Media 3	PTP Ahli media produk BPMPK kemendikbud	87%
2	Ahli Materi	Ahli Materi 1	Guru Produktif TKR SMK Sriwijaya Jakarta timur	82%
		Ahli Materi 2	PTP Ahli produk BPMPK Kemendikbud	86%
		Ahli Materi 3	Manager Helpdesk Transvision	80%
3	One to one	Karyawan 1	Divisi telemarketing Transvision	86%
		Karyawan 2	Divisi Upselling Transvision	84%
		Karyawan 3	Divisi Helpdesk Callcentre Transvision	82%
4	Small Group	Karyawan 4	Senior Agent Transvision	80%
		Karyawan 5	Supervisor Helpdesk Transvision	84%
		Karyawan 6	Supervisor Helpdesk Transvision	90%
5	Kelompok Besar (pretest)	10 orang	Karyawan Helpdesk Transvision	54%
6	Kelompok Besar (pretest)	10 orang	Karyawan Helpdesk Transvision	84%

Mengacu pada tabel 4 kategori validitas di atas, maka hasil validitas dari ahli media pertama 80% dapat dikatakan media pembelajaran berbasis android yang dikembangkan ini layak diimplementasikan dan diuji cobakan kepada pengguna, Kemudian untuk ahli media kedua 83% dapat dikatakan media pembelajaran berbasis android yang dikembangkan ini sangat layak diimplementasikan dan diuji cobakan kepada pengguna dan untuk ahli media ketiga menunjukkan hasil 87% yang artinya sangat layak diujicobakan kepada pengguna.

Jika mengacu pada tabel 3 kategori validitas di atas, maka hasil validitas dari ahli Materi pertama dengan hasil 82% dapat dikatakan media pembelajaran berbasis android yang dikembangkan ini Sangat layak di implementasikan dan diuji cobakan kepada pengguna. kemudian untuk validasi ahli materi kedua dengan hasil 86% dengan kategori sangat layak di ujicobakan kepada pengguna dan untuk ahli materi ketiga menunjukkan 80% yang artinya layak di ujicobakan kepada pengguna.

Setelah divalidasi oleh 3 ahli media dan ahli materi langkah selanjutnya adalah ujicoba kepada pengguna, untuk validasi one-to-one atau berbeda divisi. Tabel 4 di atas menunjukkan nilai validitasnya adalah 86%, 84% dan 82% yang artinya memasuki kriteria sangat layak digunakan oleh pengguna. Langkah selanjutnya adalah ujicoba small group yang terdiri dari 3 agent senior yang menunjukkan hasil 80%, 84% dan 90% yang artinya produk dikategorikan layak dan sangat layak digunakan.

Untuk mengetahui produk ini layak digunakan kepada pengguna maka dilakukan pretes dan posttest oleh 10 orang karyawan yang soalnya diambil dari materi yang ada di dalam produk dan untuk hasil dari pretest yang terdiri dari 10 orang menunjukkan hasil yang kurang yakni 54% kemudian untuk nilai posttest menunjukkan hasil 84% menunjukkan kenaikan sebesar 27% dari hasil pretest.

Dalam penelitian pengembangan ujicoba efektivitas pada pengguna dapat dilihat dari kenaikan skor dari pre tes ke post tesnya. Jika ada kenaikan berarti media itu efektif. Skor kenaikan tersebut dapat dilihat dengan menguji independent sampel test dilakukan dengan SPSS sebagai berikut:

Tabel 5. Independent sampel test

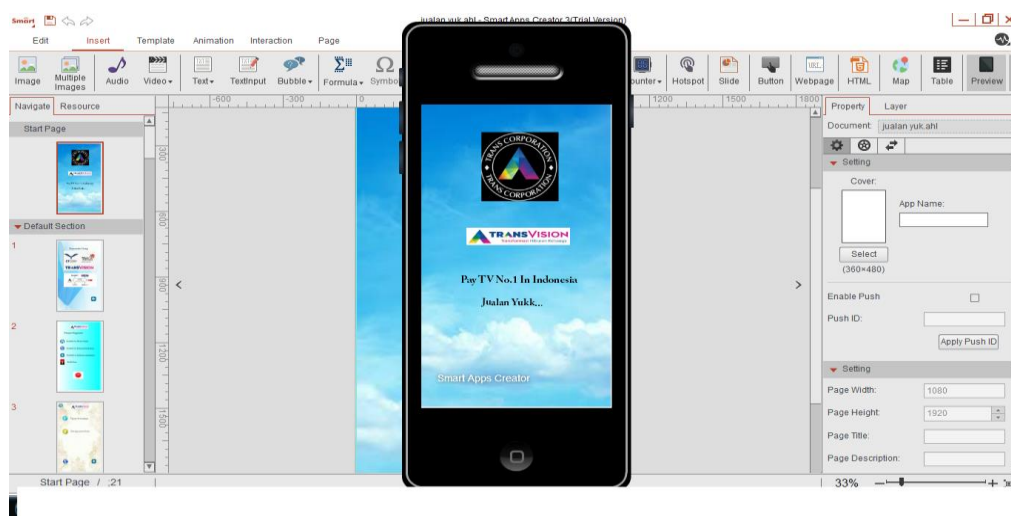
B	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pre test	10	57.00	9.487	3.000
Post test	10	84.00	10.750	3.399

Levene's Test for Equality of Variances										
t-test for Equality of Means										
	F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	Lower	Upper
Equal variances assumed	.260	.616	-	18	.000	-27.000	4.534	-	-	
Equal variances not assumed			-	17.726	.000	-27.000	4.534	-	-	
			5.955					36.525	17.475	
			5.955					36.536	17.464	

Berdasarkan tabel 5 output statistika diketahui jumlah data pretest adalah sebanyak 10 orang, dan jumlah data post test 10 orang. Nilai rata – rata pretest adalah 57.00, sementara untuk data post test adalah 84.00. Dengan demikian secara deskriptif statistik dapat disimpulkan ada perbedaan rata – rata antara data pre test dan post test.

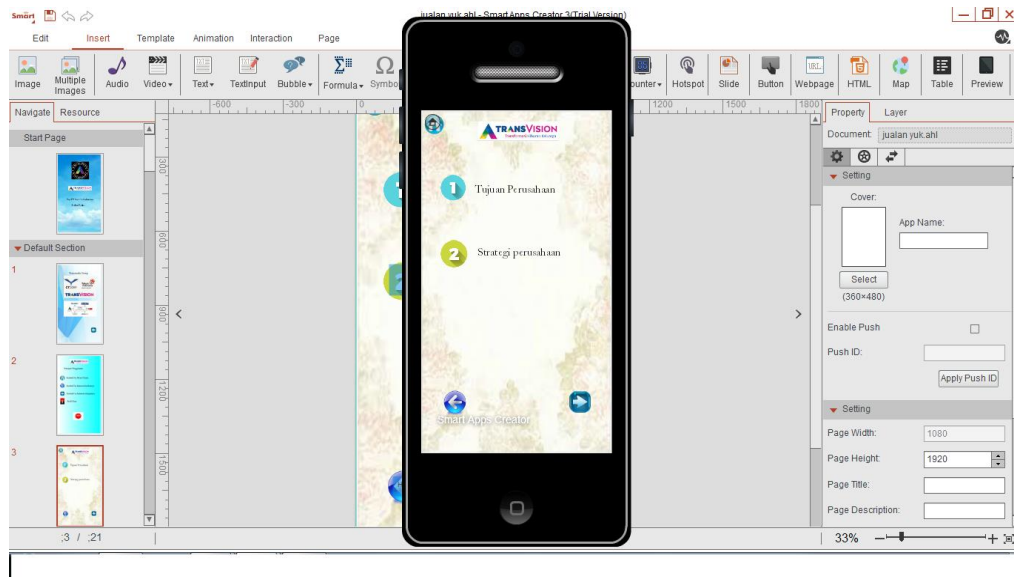
Berdasarkan output *independent sampel test* diketahui nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian bahwa ada perbedaan yang signifikan antara rata – rata hasil pre test dan post test.

Tampilan *Capture* Hasil Produk Transvision Menggunakan SAC :



Gambar 3. Tampilan Utama Ketika Aplikasi Pertama Dibuka

Gambar 3 menunjukkan tampilan utama produk transvision yang sudah direvisi, setelah mendapatkan masukan dari ahli media dalam pengembangan produk ini. Tampilan awal sengaja dimasukan logo dari Transmedia Group dengan tujuan perusahaan Transvision merupakan perusahaan yang tergabung dalam Transmedia group, kemudian selanjutnya di masukan juga logo perusahaan Transvision agar pengguna mengetahui logo sebenarnya dari perusahaan.



Gambar 4. Tampilan Menu Utama yang Sudah Direvisi

Gambar 4 menunjukkan tampilan menu utama yang sudah direvisi, berdasarkan penilaian dari ahli media dalam tahapan pengembangan produk ini. Tampilan menu ini direvisi agar lebih simple dan lebih mudah dalam penggunaannya, para pengguna bisa memilih salah satu dengan tujuan yang diinginkan agar mengetahui isi produk dari aplikasi tersebut.

PEMBAHASAN

Adapun 9 langkah dalam penelitian dan pengembangan produk ini adalah penelitian dan pengumpulan informasi awal, perencanaan pengembangan format produk awal, uji coba awal, revisi produk, ujicoba lapangan skala kecil, revisi produk, ujicoba lapangan skala besar dan revisi produk akhir.

Pada tahap pertama pengembangan melakukan analisis kebutuhan untuk mengetahui secara jelas dan detail produk pembelajaran seperti apa yang di butuhkan oleh Karyawan penjual Transvision Pada tahap ini juga pengembang melakukan analisis dengan bekerja sama dengan atasan yang melibatkan Manager dan Supervisor agar mendapatkan informasi yang sesuai.

Setelah melakukan penganalisis selanjutnya adalah tahap perencanaan pembuatan produk : a). menentukan format penyajian b).

menganalisis materi yang akan di masukan ke produk dan c). membuat rancangan penghubung antar produk agar saling berkaitan. Pada tahap ini pengembang melakukan dengan 2 cara yaitu : 1. Pra produk si (mencari sumber materi dari berbagai informasi, mencari gambar dan mencari *audio* dan *video* agar sesuai dengan produk) perkembangan aplikasi berbasis audio dan video mulai banyak di minati oleh khayalak ramai, hal ini di karenakan lebih menarik dan dan tidak menjenuh kan, hal ini di karenakan lebih menarik dan dan tidak menjenuh kan (Setiawan, n.d., p. 90). 2. Produksi dibagian ini pengembang mendesain produk dari desain pemilihan background, huruf dan tombol sehingga membuat sebuah produk berbasis android dengan menggunakan aplikasi SAC.

Pada tahap evaluasi dan revisi di lakukan secara bertahap baik dari beberapa fase yakni tahap analisis, perencanaan dan pengembangan. Tahap evaluasi di kembangkan dengan tiga tahap, yang pertama evaluasi atau saran dari para ahli (*expert review*), *one to one evaluation* dan *small group*. Untuk bagian revisi masukan dari bagian evaluasi sebagian perbaikan produk. Tujuan dilakukan evaluasi/penilaian adalah untuk menjawab apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil yang diinginkan/direncanakan dengan dengan kenyataan dilapangan (Budiningsih & Lubis, 2018, p. 4).

Kemudian tahap selanjutnya dilakukan validasi atau penilaian media pembelajaran oleh ahli materi dan media, validasi atau penilaian akan dilakukan berdasarkan instrument angket yang telah dibuat dan dibagikan oleh peneliti. hasil validitas dari ahli media pertama 80% dapat dikatakan media pembelajaran berbasis android yang dikembangkan ini layak diimplementasikan dan diuji cobakan kepada pengguna, Kemudian untuk ahli media kedua 83% dapat dikatakan media pembelajaran berbasis android yang dikembangkan ini sangat layak diimplementasikan dan diuji cobakan kepada pengguna dan untuk ahli media ketiga menunjukkan hasil 87% yang artinya sangat layak di ujicobakan kepada pengguna.

Hasil validitas dari ahli materi pertama dengan hasil 82% dapat dikatakan media pembelajaran berbasis android yang dikembangkan ini **Sangat layak** di implementasikan dan diuji cobakan kepada pengguna. kemudian untuk validasi ahli materi kedua dengan hasil 86% dengan kategori **sangat layak** di ujicobakan kepada pengguna dan untuk ahli materi ketiga menunjukkan 80% yang artinya **layak di ujicobakan** kepada pengguna.

Untuk mengetahui produk ini layak digunakan kepada pengguna maka dilakukan pretes dan posttest oleh 10 orang karyawan yang soal nya di ambil dari materi yang ada di dalam produk dan untuk hasil dari pretest yang terdiri dari 10 orang menunjukan hasil yang kurang yakni 54% kemudian untuk nilai posttest menunjukan hasil 84% menunjukan kenaikan sebesar 27% dari hasil pretest.

Setelah itu akan dilakukan revisi produk media pembelajaran

berdasarkan masukan yang diperoleh oleh ahli media dan ahli materi kemudian produk media pembelajaran yang telah direvisi akan dicobakan kembali, Pada tahap ini dilakukan ujicoba produk media pembelajaran kepada subjek ujicoba kepada pengguna, untuk validasi one-to-one atau berbeda divisi. Nilai validitasnya adalah 86%, 84% dan 82% yang artinya memasuki **kriteria sangat layak digunakan** oleh pengguna. Langkah selanjutnya adalah ujicoba small group yang menunjukkan hasil 80%, 84% dan 90% yang artinya produk **dikategorikan layak dan sangat layak digunakan**.

Tahapan selanjutnya adalah revisi produk media pembelajaran berdasarkan hasil ujicoba lapangan skala kecil. Hasil ujicoba ini dimaksudkan untuk menentukan keberhasilan produk media pembelajaran mencapai tujuan dan kemudian mengumpulkan informasi yang dapat dipakai untuk meningkatkan produk media pembelajaran untuk keperluan perbaikan pada tahap selanjutnya. Sebagaimana yang telah dikemukakan (Eva & Budiningsih, 2019) dalam penelitiannya bahwa strategi pembelajaran mungkin baik untuk pokok bahasan tertentu atau situasi tertentu dan kondisi tertentu, tetapi mungkin tidak tepat untuk pokok bahasan dan situasi yang lain.

Pada tahap ini dilakukan ujicoba produk media pembelajaran dengan melibatkan subjek yang lebih besar, dengan melibatkan 10 karyawan penjual Transvision dengan proses pretest menunjukkan hasil yang kurang yakni 54%, namun kemudian untuk nilai posttest menunjukkan hasil 84%. Hal ini menunjukkan kenaikan sebesar 27% dari hasil pretest. Tampilan menu SAC kemudian direvisi agar lebih simpel dan lebih mudah dalam penggunaannya, serta animasi yang di tampilkan lebih menarik. Sejalan dengan yang telah di ungkapkan oleh Bukhari dkk bahwa Animasi merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio, dan gambar video (Buchari, Sentinuwo, & Lantang, 2015, p. 2). Animasi adalah serangkaian gambar dan secara beetwin dengan jumlah yang banyak, bila kita proyeksikan akan terlihat seolah-olah hidup (bergerak) secara umum komponen dalam animasi adalah komputer / software suatu aplikasi yang saling terikat dan saling berhubungan sehingga menghasilkan gerakan yang bisa di manfaat kan untuk media pembelajaran (Holida, Alawiyah, & Sutisna, 2016, p. 112)

Para pengguna produk SAC dapat menggunakan produk ini di masa covid ini, secara online. Tentu sangat terbantu dan memudahkan para karyawan dalam mempromosikan produk sebagai tenaga Penjual di PT Transvision, karena sudah di rancang secara interaktif. sejalan denga napa yang di ungkapkan Yusuf bahwa Setiap orang memiliki akses terhadap sumber informasi dimanapun di dunia ini. Konsekuensinya, masyarakat menjadi kritis dan tanggap terhadap hal yang berkembang (Yusuf, 2014) .

Kemudian Kemanfaatan Produk Pembelajaran E-Learning SAC juga

di rasakan oleh karyawan Penjual TV berbayar Transvision dimana Penjualan pada bulan Januari 2020 sebanyak 258 Pelanggan kemudian naik pada bulan february 2020 menjadi 362 Pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah media pembelajaran berupa aplikasi android untuk pembelajaran Tenaga penjualan PT.Transvision Jakarta. Penelitian pengembangan ini berpedoman pada model yang dikembangkan oleh hannafin & Peck dengan model CAI Design Model (CDM).

Dalam proses pengembangannya yang secara bertahap dan berurutan yang meliputi empat tahap yakni Analisis, Perancangan, Pengembangan dan implementasi serta revisi. Produk hasil pengembangan divalidasi 3 orang ahli media dengan hasil belajar ahli media pertama 80%, ahli media kedua 84% dan ahli media ketiga 87% yang menunjukkan aplikasi ini layak diimplementasikan kemudian divalidasi oleh 3 ahli materi, ahli materi pertama 86%, ahli materi kedua 82% dan ahli materi ketiga 80% yang berarti aplikasi ini sangat layak diimplementasikan.

Ujicoba penggunaan dilakukan dalam 3 tahap yaitu *one-to-one evaluation* dengan hasil 84%, *Small Group evaluation* 83% kemudian *field evaluation* 83% yang menunjukkan bahwa aplikasi hasil pengembangan ini layak digunakan pada pembelajaran karyawan penjual pada TV berbayar Transvision Jakarta, selain itu juga hasil *pretest* dan *posttest* yang dilakukan pada tahap fieldtest menunjukkan peningkatan sebesar 27% dari hasil belajar sebelum menggunakan dan sesudah menggunakan produk pengembangan media pembelajaran yang menunjukkan bahwa media pembelajaran yang digunakan layak dan dapat menjadi solusi bagi pembelajaran karyawan penjual pada TV berbayar Transvision Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Baco, E., Sauddin, A., & Bakri, N. (2019). Analisis Persaingan Industri Televisi Berbayar Menggunakan Rantai Markov (Studi Kasus: PT. Indonusa Telemedia (Transvision) Versus Televisi Berbayar Lainnya di Kota Makassar Tahun 2017). *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)*. <https://doi.org/10.24252/msa.v7i1.8165>
- Buchari, M. Z., Sentinuwo, S. R., & Lantang, O. A. (2015). Rancang Bangun Video Animasi 3 Dimensi Untuk Mekanisme Pengujian Kendaraan Bermotor di Dinas Perhubungan, Kebudayaan, Pariwisata, Komunikasi dan Informasi. *Jurnal Teknik Informatika*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.35793/jti.6.1.2015.9964>
- Budiningsih, Iffah & Lubis, E. (2019). Evaluasi Kualitas Kerjasama Akademik UIA Dengan Mitra. 8(1), 17-33. Dari: 10.34005/akademika.v8i01.327

- Dewi, S. P. (2012). Pengaruh Disiplin dan Pengawasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Karyadeka Alam Lestari Semarang. *Jurnal Nominal, I Nomor 1*. <https://doi.org/10.1080/13574809.2016.1234336>
- Hoerunnisa, A., Suryani, N., & Efendi, A. (2019). the Effectiveness of the Use of E-Learning in Multimedia Classes To Improve Vocational Students' Learning Achievement and Motivation. *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan, 7(2)*, 123. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v7n2.p123--137>
- Holida, S. M., Alawiyah, T., & Sutisna, H. (2016). Penerapan Animasi Interaktif Dalam Pengenalan Aksara Sunda. *Jurnal Informatika, 1(2)*, 111–122. <https://doi.org/10.31311/ji.v1i2.39>
- Joni, D., Hamid, A., Endah, D., & Utari, H. (2002). *Perkembangan Industri Televisi*. 1–43.
- Kristiani, Eva & Budiningsih Iffah, (2019). Pengaruh Strategi Pembelajaran E-Learning Dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Akuntansi. *Akademika Jurnal Teknologi Pendidikan 8 (1): 57-69*
- Musa, & Khasanah. (2019). Pengaruh Penggunaan Media E-Learning Berbasis Moodle Dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Prakarya Dan Kewirausahaan. *Akademika Jurnal Teknologi Pendidikan, 8(01)*, 1–16. <https://doi.org/10.34005/akademika.v8i01.332>
- Setiawan, H. (n.d.). *Hari Setiawan *) Iffah Budiningsih **)*. 83–107.
- Smaldino, E. S. (Ed.). (2011). *Instructional technology dan media for learning teknologi pembelajaran dan media untuk belajar* (9th ed.). Jakarta: Kencana prenadamedia group.
- Sumarli, C. O., & Kurnianto, A. (n.d.). *Developing Karakter Animasi Berbasis*. (21).
- Yusuf, E. (2014). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi. In *9 Januari 2014*.